

Міністерство освіти та науки України  
Чорноморський національний університет імені Петра Могили  
Факультет філології  
Кафедра англійської філології

**СІДЕНЬ Олена Ігорівна**

**СПЕЦИФІКА ТВИТТЕР-КОМУНІКАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ  
ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19 (НА  
МАТЕРІАЛІ АКАУНТІВ Б. ДЖОНСОНА, Е. МАКРОНА,  
В. ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА В. ПУТІНА)**

**АВТОРЕФЕРАТ**

Кваліфікаційної роботи на здобуття наукового ступеня

Магістра філології

м. Миколаїв – 2021

Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису

Робота виконана на кафедрі англійської філології Чорноморського національного університету імені Петра Могили .

**Науковий керівник:**

канд. філол. наук, в.о. доцента,  
**Аліна Сергіївна Мозолєвська**

Захист відбудеться 22 лютого о 9 годині на засіданні атестаційної комісії Чорноморського національного університету імені Петра Могили за адресою: 54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** XXI століття – це вік наукового прогресу та нових технологій, що значно змінюють спосіб життя та засоби комунікації сучасної людини зі світом. Як частина нових технологій нові медіа (англ. *new media*) поступово витісняють традиційні. Southern New Hampshire University визначає нові медіа як «термін, що використовується для визначення всього, що пов'язано з Інтернетом, та взаємодії між технологією, зображеннями та звуком» (Cote). До них відносяться вебсайти, блоги, подкасти, відеоблоги, електронна пошта, соціальні мережі (Facebook, MySpace, LinkedIn тощо), платформи для потокової передачі телебачення та музики (YouTube, Twitch), мережі мініблогів (Twitter, Tumblr), онлайн-медіаплеєри (Voxee) та інше. Нові медіа певним чином протиставляються старим або традиційним, таким як: радіо, телебачення та друковані засоби інформації.

Сьогодні провідними засобами інформування виступають цифрові ЗМІ та Інтернет, що надають цілодобовий доступ до інформації в будь-якому гаджеті та в будь-якому місці. Зміна формату та способу доступу до інформації впливає на вибір каналу комунікації між представниками влади та соціумом. Особливу роль у побудові цієї взаємодії відіграють соціальні мережі, завдяки яким людина не тільки може підтримувати зв'язок з близькими, але й слідкувати за життям відомих людей або безпосередньо спілкуватися з ними за допомогою дописів чи коментарів. У межах взаємодії соціум-влада також можливо простежити значні зміни. Так, політичні лідери активно використовують нові медіа (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram) для пропаганди чи спілкування з народом. До того ж, через соціальні мережі відбувається пряме інформування населення, що особливо важливо під час кризових ситуацій (наприклад, воєнні дії, пандемія тощо).

Варто зауважити, що під час спалаху епідемії COVID-19 (початок 2020 р.) у Європі саме соціальні мережі відігравали провідну роль у

розповсюдженні інформації щодо темпів захворюваності в країнах, нових правил безпеки та заходів щодо протидії пандемії. Представники владних та виконавчих структур використовували як вже існуючі канали комунікації (особисті акаунти), так і створювали нові інформаційні канали чи чат-боти в різноманітних нових медіа. Широке використання потенціалу нових засобів інформування можна пояснити такими чинниками: по-перше, інформація надається миттєво, а не з відстрочкою або затримкою, як у старих медіа; по-друге, інформація надається безпосередньо від політичного діяча, що викликає людську довіру та ілюзію прямого звернення до кожного громадянина окремо. Крім того, сьогодні важливим фактором є зміна механізму засвоєння інформації кінцевим адресатом. Адже раніше було всього три види інформування населення через ЗМІ – телебачення, газети та радіо; наразі ми маємо нові медіа, які нараховують численні підвиди комунікацій (вебсайти, блоги, мініблоги, відеоблоги, подкасти тощо), мають безліч платформ (Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube тощо) та способів подачі інформації, що може спричинити певну дезорієнтацію адресата. На тлі вищезазначеного платформа Твіттер, акаунт у якій наразі мають майже всі політичні лідери, має суттєву особливість. На відміну від інших медіа, соціальна комунікація у Твіттері обмежена твітом (=повідомленням) у 280 символів, що дозволяє сфокусувати увагу як адресанта, так і адресата (реципієнта) на найголовнішому. На нашу думку, саме через цю особливість Твіттер став однією з найпопулярніших та найоптимальніших соціальних мереж громадської взаємодії під час пандемії COVID-19. Зазначений фактор і зумовив вибір **матеріалу нашого дослідження**.

Зазначимо, що специфіка онлайн-комунікації в сучасному політичному просторі перебуває в полі зору сучасної лінгвістики. Цьому питанню приділяють багато уваги науковці, серед них: Ю.А. Данько, А.А. Зуйковська, Д.П. Коваленко, Н.Ю. Кочкіна, І.М. Парфенюк, А.О. Глушта, О.А. Третяк, А.Ю. Янченко, Т. Brockmann, L. Dang-Xuan, R. Effing, J. Gainous, J. Hillegersberg, Th. Huibers, B. Speakman, S. Stieglitz, K. Wagner та інші.

Серед вищезазначених дослідників питання Твіттера було розглянуто закордонними дослідниками, у той час як українські вчені зосередилися на інших соціальних мережах. Отже, можна зробити висновок, що питанню специфіки Твіттер-комунікації в сучасному політичному просторі приділено недостатньою уваги.

Таким чином, **актуальність дослідження** зумовлено, з одного боку, значним впливом соціальних мереж на особливості політичної комунікації під час кризи COVID-19 та відсутністю ґрунтовних досліджень вищезазначеного способу інформування з іншого.

У цій роботі ми маємо на **меті** визначити особливості вербальних та невербальних засобів Твіттер-комунікації політиків під час пандемії COVID-19 в акаунтах лідерів європейських держав у період березень-квітень 2020 року (Б. Джонсон, Е. Макрон, В. Зеленський та В. Путін). Період вибірки зумовлено початком карантину в європейських країнах.

Для досягнення цієї мети необхідно виконати такі **завдання**:

- розглянути поняття дискурс-аналізу;
- охарактеризувати явище критичного дискурс-аналізу;
- уточнити специфіку політичного дискурс-аналізу;
- окреслити основні особливості політичної комунікації (невербальні засоби – аудіовізуальний контент, вербальні засоби – вербалізація соціальних акторів та пандемії, дискурсивну конструкцію (discursive construction) пандемії та дискурсивні стратегії) під час спалаху COVID-19 у політичному дискурсі Б. Джонсона, Е. Макрона, В. Зеленського та В. Путіна у контексті соціальної мережі Твіттер.

**Об'єктом дослідження** є Твіттер-комунікація політичних лідерів під час пандемії COVID-19.

**Предметом дослідження** вербальні та невербальні засоби Твіттер-комунікації політичних діячів (Б. Джонсон, Е. Макрон, В. Зеленський та В. Путін) під час пандемії COVID-19.

**Теоретична цінність** роботи полягає в аналізі та систематизації засад критичного дискурс-аналізу в контексті політичної комунікації.

**Практична цінність** роботи. Результати аналізу специфіки Твіттер-комунікації можна використати при складанні практичних курсів з критичного дискурс-аналізу, аналізу медіадискурсу, медіаграмотності тощо, а також при написанні робіт з лінгвістики, соціології, політології й культурології.

**Наукова новизна** дослідження визначається тим, що вперше було зроблено спробу дослідити, зіставити та систематизувати специфіку Твіттер-комунікації політиків чотирьох європейських країн під час пандемії COVID-19 у контексті дискурс-аналізу. Увагу дослідження зосереджено на особливостях використання вербальних та невербальних засобів Твіттер-комунікації Б. Джонсона, Е. Макрона, В. Зеленського та В. Путіна.

**Апробація роботи** здійснювалася на студентській науковій конференції «Могилянські читання 2020» при факультеті філології ЧНУ ім. П. Могили (Миколаїв, 25 листопада, 2020), а також у формі статті під назвою «Вербальна та невербальна Твіттер-комунікація політиків під час пандемії COVID-19: критичний дискурс-аналіз» у молодіжному науковому журналі «Студентські наукові студії» (Сідень 81-84).

**Методологічною основою** дослідження є теорія й підхід критичного та політичного дискурс-аналізу на основі робіт Рут Водак, Тьона ван Дейка та Нормана Феркло. У межах методології, що передбачає використання сукупності методів та прийомів аналізу, комплексний підхід вважається найбільш доречним. У роботі використовується порівняльний метод – для порівняння вербальних та невербальних засобів Твіттер-комунікації політиків; метод суцільної вибірки – для відбору матеріалу дослідження; статистичний метод – для збирання й оцінки статистичних даних із подальшим аналізом та групуванням; залучаються також елементи кількісного аналізу для підрахунку кількісних показників.

**Науковою гіпотезою** слугує таке припущення: Твіттер-комунікація

західноєвропейських та східноєвропейських політичних лідерів під час пандемії COVID-19 (березень-квітень 2020 р.) має низку специфічних рис, що можуть реалізовуватись як на рівні аудіовізуального та вербального представлення інформації, так і за допомогою вибору засобів концептуалізації основних складових комунікативної ситуації. Для підтвердження чи спростування цієї гіпотези необхідно проаналізувати, порівняти та систематизувати засоби вербалізації пандемії.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (99 позицій) та додатків. Загальний обсяг роботи 103 сторінки, з них – 82 основного тексту.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету, завдання, об'єкт та предмет роботи, окреслено методологічні засади магістерської роботи, визначено наукову новизну та гіпотезу, теоретичну та практичну цінність отриманих результатів, подано відомості про апробацію наукового дослідження магістерської роботи.

У **першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ»** розкрито сутність понять дискурс-аналізу, критичного та політичного дискурс-аналізу. Також визначено основні характеристики соціальної мережі Твіттер та представлено методологію дослідження. Магістерська робота спирається на теоретичні та методологічні здобутки Нормана Феркло, Рут Водак та Тьона ван Дейка.

У підрозділі **«Поняття дискурс-аналізу та політичної комунікації»** визначено дефініції та теоретичні бази дискурс-аналізу та критичного дискурс-аналізу (КДА), зважаючи на міждисциплінарний підхід, який притаманний сучасним дослідженням у сфері аналізу механізмів побудови політичної комунікації та її взаємодії з соціумом, що зосереджується як на лінгвістичних, так і прагматичних аспектах політичного дискурсу. З'ясовано, що для аналізу сучасного політичного дискурсу вчені використовують різні

підходи та методи, найпродуктивнішим з яких є критичний дискурс-аналіз, що є підвидом дискурс-аналізу, який вирізняється скерованістю на *виявлення ролі дискурсивної практики* у підтриманні соціального устрою, включаючи у себе соціальні відношення з нерівним розподілом влади, у той час як дискурс-аналіз досліджує певний дискурс у певному контексті загалом.

У підрозділі **«Специфіка підходу дискурс-аналізу у контексті політичного дискурсу»** досліджено політичний дискурс-аналіз (ПДА), який межує та має спільні витоки з критичним дискурс-аналізом, а також стосується відтворення політичної влади, зловживання владою чи панування за допомогою політичного дискурсу, включаючи різні форми опору або протидії владі проти форм дискурсивного домінування. Крім цього визначено категорії (фокуси) ПДА за Т. ван Дейком: фокус на присутності певних категорій людей у дискурсі; фокус на *діях* та *практиках*, зумовлених політичним текстом та/або промовою та фокус на контексті у цілому.

У підрозділі **«Соціальна мережа Twitter як засіб політичної комунікації»** вивчено соціальну мережу Твіттер та її основні характеристики, які полягають у наявності наступних особливостей: миттєві короткі текстові повідомлення до 280 символів; стислий набір функцій (написання твітів, ретвіт з цитуванням та без цитування; коментування) та «розділи», які відображаються у «шапці» акаунту. Також досліджено популярність Твіттера серед населення, що робить цю платформу цікавою для аналізу з точки зору потенційного впливу на адресата під час пандемії COVID-19. Крім цього вивчено розвідки науковців, які цікавляться комунікацією у соціальних мережах загалом та темою Твіттера у контексті політичного дискурс-аналізу.

У підрозділі **«Методологія дослідження дискурсивного простору політичної Твіттер-комунікації»** визначено комплексний підхід до обраного об'єкта дослідження, який полягає у застосуванні низки методів та понять, а саме: феномен дискурсивної стратегії, «дискурсивна конструкція» (discursive construction), поняття «соціальний актор», явища інклюзії та



відторгнення (inclusion and exclusion), концепції «я/інші-ий» (self/other) та іншості (otherness), а також поділ на in-group та out-group.

Другий розділ магістерської роботи – **«СПЕЦИФІКА ТВІТТЕР-КОМУНІКАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19»** – присвячено аналізу вербальних та невербальних засобів Твіттер-комунікації політиків на початку пандемії COVID-19. Матеріалом дослідження слугують акаунти Б. Джонсона, Е. Макрона, В. Зеленського та В. Путіна.

Підрозділ **«Невербальні засоби Твіттер-комунікації політиків під час COVID-19»** налічує два підпункти: у **першому** проаналізовано загальна характеристика Твіттер-комунікації європейських лідерів у березні-квітні 2020 р.(кількість читачів, твітів про **COVID-19** та загалом, схожі тенденції спілкування у західно- та східноєвропейських політиків, а також характерні особливості акаунтів); у **другому** досліджено специфіку та функції аудіовізуальної інформації у Твіттер-комунікації політиків у той же період, представлено результати кількісного аналізу фото, зображень, відео та посилань; визначено особливості використання політиками можливостей соціальної мережі; встановлено співвідношення між «офіційністю» та «неофіційністю» акаунту, дистанцією між соціальними акторами та призначенням аудіовізуального контенту загалом.

Підрозділ **«Вербальні засоби Твіттер-комунікації політиків під час COVID-19»** складається з 2х підпунктів. **Перший** присвячено аналізу дискурсивних засобів вербалізації соціальних акторів, де встановлено схожу тенденцію спілкування західно- та східноєвропейських політичних лідерів: Б. Джонсон та Е. Макрон використовують усі текстові функції соціальної мережі, у той час як В. Зеленський та В. Путін послуговуються лише написанням твітів; західноєвропейські політики поєднують «офіційність» та «неофіційність» у своїх акаунтах, зменшуючи відстань між адресантом та адресатом; акаунти східноєвропейських політиків є повністю формальними, які репрезентують В. Зеленського та В. Путіна лише як лідерів держав. У

контексті дискурсивних стратегій політики користуються лише одною, або поєднують декілька, а саме: стратегією перспективації, обрамлення або дискурсивної репрезентації (strategies of perspectivation, framing or discourse representation) та/або референтною/номінаційною (referential/nomination) стратегією. **Другий підпункт** присвячено аналізу концептуалізації пандемії COVID-19 у дискурсивному просторі політичного дискурсу та дискурсивні засоби її вербалізації у Твіттер-комунікації політичних лідерів у період березень-квітень 2020 року, де було встановлено схожу тенденцію для усіх політиків: вибудовування стратегії до прямої номінації коронавірусу та використання лексично забарвленої лексики для інтенсифікації ілюкційної сили власних висловлювань, що було досягнуто за допомогою вживання мілітаризованої лексики.

У **висновках** подано теоретичне узагальнення дискурсивного підходу до аналізу політичної комунікації та представлено основні результати дослідження.

Було окреслено основні особливості політичної комунікації під час спалаху COVID-19 у політичному дискурсі Б. Джонсона, Е. Макрона, В. Зеленського та В. Путіна у соціальній мережі Твіттер. Було проаналізовано невербальні засоби (аудіовізуальний контент) та вербальні засоби (вербалізація соціальних акторів та пандемії, дискурсивна конструкція пандемії та дискурсивні стратегії). З'ясовано, що можливість залучення невербального каналу сповіщення у соціальній мережі Твіттер забезпечує більший об'єм інформації, що сприяє підвищенню ефективності її передачі. Подвійна кодованість повідомлення (вербальна та невербальна інформації) реалізується за допомогою використання основних функцій соціальної мережі: написання твіту, ретвіт з цитуванням і без та коментування.

**Основні положення кваліфікаційної роботи висвітлено в таких публікаціях:**

1. Сідень, Олена. “Вербальна та невербальна Твіттер-комунікація політиків під час пандемії COVID-19: критичний дискурс аналіз.” *Студентські наукові студії*, Вип. 39 (83), 2020, сс. 81-84.

**СПЕЦИФІКА ТВИТТЕР-КОМУНІКАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ  
ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19 (НА  
МАТЕРІАЛІ АКАУНТІВ Б. ДЖОНСОНА, Е. МАКРОНА,  
В. ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА В. ПУТІНА)**

Магістерську роботу присвячено аналізу особливостей реалізації Твіттер-комунікації європейських політичних лідерів, а саме вивченню специфіки вербальних та невербальних аспектів дискурсу простору акаунтів Б. Джонсона, Е. Макрона, В. Зеленського та В. Путіна під час пандемії COVID-19.

У роботі проаналізовано теоретичні засади дослідження політичного дискурсу; розкрито сутність понять дискурс-аналізу, критичного та політичного дискурс-аналізу; представлено методологію дослідження. Завдяки аналізу вербальних та невербальних засобів спілкування політиків на початку пандемії COVID-19 виокремлено специфіку їхньої Твіттер-комунікації. Розкрито схожі тенденції спілкування у західно- та східноєвропейських політиків, а також характерні особливості акаунтів. Досліджено специфіку та функції аудіовізуальної інформації. Визначено особливості використання політиками можливостей соціальної мережі; встановлено співвідношення між «офіційністю» та «неофіційністю» акаунту, дистанцією між соціальними акторами та призначенням аудіовізуального контенту загалом. Описано дискурсивні засоби вербалізації соціальних акторів, де встановлено схожу тенденцію спілкування західно- та східноєвропейських політичних лідерів.

**Ключові слова:** критичний дискурс аналіз, політичний дискурс аналіз, Твіттер-комунікація, COVID-19, вербальні та невербальні засоби

## SUMMARY

**Olena Siden. Peculiarities in Twitter communication of European politicians during the COVID-19 pandemic (based on the accounts of B. Johnson, E. Macron, V. Zelensky and V. Putin).** – Mykolaiv, 2021.

The aim of this graduation thesis is to identify the features of verbal and non-verbal means in Twitter communication of politicians during the COVID-19 pandemic in the accounts of European leaders in March-April 2020 (B. Johnson, E. Macron, V. Zelensky and V. Putin).

The methodological basis of the study is the theory and approach of critical and political discourse analysis based on the works of Ruth Wodak, Teun van Dijk and Norman Fairclough. Within the methodology, which involves the use of a set of methods and techniques of analysis, an integrated approach has been considered to be the most appropriate. For this reason a comparative, continuous sampling and statistical methods with elements of quantitative analysis have been used.

It has been established that Twitter was one of the most popular social networks during the beginning of the European lockdown. For this reason the investigation of Twitter communication of politicians has been made, with the aim of examination the features of verbal and non-verbal means.

The material for analysis, which has been selected by the method of continuous sampling from the social network Twitter during March-April 2020, has not been limited only to text messages; the audiovisual content has been also considered (photos, images, videos and links).

The analysis procedure has involved the study of verbal and non-verbal discursive means in Twitter communication of politicians. The research has taken place within the framework of critical and political discourse analysis, which involved the study of dialectical relationships between semiosis and other elements of social practices, helping to determine the relationship between language, power and society. Given this, a comprehensive approach to the chosen object of study has been required. At the first stage, the general characteristics and audiovisual information in Twitter communications of political leaders have been explored. At the second stage, the verbal means (discursive strategies, discursive construction, social actors, inclusion and exclusion as categories of representation of social actors, concept of self/other, and otherness as the result of in-group/out-group division) in Twitter communication of each politician have been analyzed. At the third stage of the study, the discursive means of verbalizing the pandemic (the lexical tools used by politicians in the context of the COVID-19) and discursive strategies were investigated.

The research of the given subject has led to the conclusion that politicians had used discursive means (both verbal and non-verbal) in their Twitter communication during March-April 2020 in order to communicate with the addressee, express their own involvement in the discourse, and report of relevant events of the surrounding reality. Further prospects for the study of the topic are the possibility of deepening the analysis of the manipulative aspect of political communication in the social network Twitter, the study of the evolution of discursive strategies with a changing situation and the linguistic aspect of political propaganda. The research materials can be used for further research in linguistics, political science, sociology and cultural studies.

**Key words:** critical discourse analysis, political discourse analysis, Twitter communication, COVID-19, verbal and non-verbal means